

Analisis Pengaruh Persepsi Pelanggan Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Maxride

Analysis of the Impact of Customer Perceptions on the Intention to Use the Maxride Application

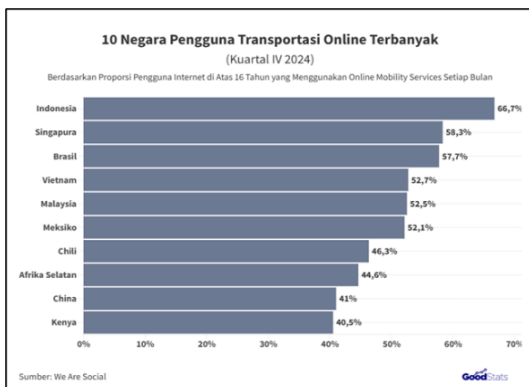
Muhammad Adhan¹⁾, Kifayah Amar^{2)*}

^{1,2)} Departemen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia
email: ¹⁾adhanm21d@student.unhas.ac.id, ^{2)*}kifayah.amar@unhas.ac.id

<p>Informasi Artikel (diisi oleh penerbit)</p> <p>Diterima: <i>Submitted:</i> 09/12/2025</p> <p>Diperbaiki: <i>Revised:</i> 18/02/2026</p> <p>Disetujui: <i>Accepted:</i> 15/04/2026</p> <p>^{*)} Kifayah Amar kifayah.amar@unhas.ac.id</p> <p>DOI:https://doi.org/10.32502/integrasi.v11i1.1493</p>	<p>Abstrak</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan aplikasi transportasi lokal Maxride dengan mengintegrasikan variabel kepercayaan (trust) ke dalam Technology Acceptance Model (TAM). Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM). Variabel yang diuji meliputi kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, dan niat perilaku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan terbukti signifikan secara statistik. Kepercayaan ditemukan sebagai prediktor yang sangat kuat dalam membentuk persepsi kegunaan dan sikap pengguna terhadap aplikasi. Namun, dari seluruh jalur hubungan yang ada, persepsi kegunaan merupakan faktor yang memiliki pengaruh total paling dominan dalam mendorong niat perilaku penggunaan. Selain itu, persepsi kemudahan penggunaan terbukti memengaruhi niat penggunaan secara tidak langsung melalui peran mediasi sikap. Penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun persepsi kegunaan menjadi pendorong langsung yang utama, penguatan aspek kepercayaan tetap menjadi fondasi krusial bagi penyedia jasa transportasi lokal untuk meningkatkan adopsi teknologi di masyarakat.</p> <p>Kata kunci: TAM, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Sikap, Niat Menggunakan, Kepercayaan, SEM.</p> <p>Abstract</p> <p><i>This study aims to analyze the factors influencing the intention to use Maxride, a local transportation application, by integrating the variable of trust into the Technology Acceptance Model (TAM). This research employs a quantitative approach utilizing Structural Equation Modeling (SEM) as the analytical technique. The variables tested include trust, perceived usefulness, perceived ease of use, attitude towards using, and behavioral intention. The results demonstrate that all proposed hypotheses are statistically significant. Trust is identified as a robust predictor in shaping both the perceived usefulness and the users' attitudes toward the application. However, among all the established pathways, perceived usefulness emerges as the factor with the most dominant total effect on driving behavioral intention. Additionally, perceived ease of use is proven to influence usage intention indirectly through the mediating role of attitude. This study concludes that while perceived usefulness serves as the primary direct driver, strengthening the aspect of trust remains a crucial foundation for local transportation service providers to enhance technology adoption among the public.</i></p> <p>Keywords: Technology Acceptance Model (TAM), Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), Attitude Toward Using, Behavioral Intention, User Trust, SEM.</p>
---	---

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola mobilitas masyarakat secara signifikan melalui layanan transportasi daring [1]. Indonesia mencatat penetrasi pengguna transportasi online tertinggi di dunia, mencapai 66,7% dari total pengguna internet, yang merefleksikan tingginya permintaan akan mobilitas praktis [2]. Fenomena ini turut merambah kota besar seperti Makassar, di mana digitalisasi mulai menyentuh moda transportasi tradisional, salah satunya melalui kehadiran Maxride. Sebagai aplikasi lokal yang mendigitalisasi layanan bajaj sejak 2023, Maxride mencatat pertumbuhan positif dalam hal jumlah unduhan dan loyalitas pengguna [3]. Namun, sebagai pemain baru di pasar yang didominasi oleh raksasa seperti Gojek dan Grab, Maxride menghadapi tantangan besar terkait skeptisisme dan kepercayaan masyarakat terhadap keamanan serta konsistensi layanannya.



Sumber : [2]

Gambar 1. Data Negara Pengguna Transportasi Online Terbanyak

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu kerangka kerja fundamental yang sering digunakan sebagai landasan teori untuk menganalisis adopsi teknologi. Model ini berpusat pada dua persepsi utama pengguna persepsi manfaat (*Perceived Usefulness* - PU) dan persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use* - PEOU). Kedua konstruk tersebut secara signifikan memengaruhi sikap pengguna dan niat mereka dalam menggunakan teknologi [4],

[5]. Meski demikian, TAM dinilai masih terbatas dalam menjelaskan perilaku pengguna pada layanan transportasi lokal yang baru berkembang. Sebagian besar studi TAM sebelumnya berfokus pada *platform* transportasi yang sudah mapan, sementara penelitian yang mengeksplorasi peran kepercayaan (*trust*) pada proses digitalisasi transportasi tradisional yang bersifat lokal masih sangat terbatas. Konstruk *trust* ditambahkan untuk menjelaskan penerimaan aplikasi baru seperti Maxride secara lebih komprehensif [6].

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan sikap terhadap niat penggunaan aplikasi Maxride dengan menggunakan kerangka kerja TAM yang diperluas.

Technology Acceptance Model (TAM) dikembangkan oleh Davis (1989) sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang awalnya diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein. TAM menjadi salah satu model yang paling berpengaruh dalam menjelaskan bagaimana individu menerima dan menolak teknologi [4]. Inti dari model ini adalah bagaimana faktor-faktor eksternal memengaruhi keyakinan kognitif individu, yang pada gilirannya membentuk sikap, niat, dan akhirnya perilaku aktual dalam menggunakan teknologi [4], [6]. Menurut Davis TAM mempunyai empat konstruk utama, yaitu:

1. Persepsi manfaat (PU) didefinisikan bagaimana suatu individu meyakini bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja dan efektivitas [4], [6]. Konstruk ini berperan penting karena PU sering dianggap sebagai prediktor utama niat penggunaan (BIU) [7].
2. Persepsi kemudahan (PEOU) diartikan sejauh mana teknologi dirasa mudah dioperasikan tanpa upaya berlebihan [4]. Konstruk ini juga dinilai penting karena PEOU tidak hanya memengaruhi niat penggunaan secara langsung, namun seringkali juga memperkuat PU [8], [9].

3. Sikap Pengguna (ATU) merepresentasikan sikap positif atau negatif pengguna yang dipengaruhi oleh persepsi manfaat (PU) dan persepsi kemudahan (PEOU). Sikap positif terbukti mendorong intensi penggunaan teknologi [10], sehingga dalam konteks aplikasi transportasi seperti Maxride, sikap positif menjadi kunci adopsi.
4. Niat menggunakan (BIU) sendiri mencerminkan kecenderungan perilaku pengguna untuk terus menggunakan teknologi ketika mereka menilai aplikasi bermanfaat dan mudah digunakan [11]. Selain itu, faktor sosial dan kepercayaan juga turut memperkuat niat penggunaan [12], [13], menjadikan *trust* sebagai variabel penting dalam mendukung keberlanjutan adopsi teknologi digital.

Berdasarkan kajian literatur dari berbagai sumber yang tersedia, kemudian disusun tabel indikator untuk atribut kuisioner yang terdiri dari 20 atribut, yakni 4 atribut untuk masing-masing indikator. Adapun indikator dari tiap variabel sebagai berikut:

Tabel 1. Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
<i>Perceived Ease of Use</i>	Kemudahan navigasi
	Kecepatan akses fitur
	Kejelasan interaksi antarmuka Efisiensi penggunaan aplikasi
<i>Perceived Usefulness</i>	Efisiensi waktu
	Efektivitas rute
	Kualitas Keputusan mobilitas Kegunaan umum
<i>Attitude Toward Use</i>	Kepuasan
	Ketepatan pilihan
	Perasaan senang Ketertarikan pada layanan
<i>Trust</i>	Keamanan data
	Prioritas pelanggan
	Akurasi informasi
	Pemenuhan janji
<i>Behavioral Intention</i>	Rencana penggunaan rutin
	Intensitas penggunaan
	Niat menggunakan kembali Merekomendasikan layanan

Metode

Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah individu yang pernah menggunakan layanan transportasi Maxride di Kota Makassar.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada beberapa kriteria teknis PLS-SEM untuk menjamin kekuatan statistik model. Aturan *10-times rule* masih menjadi acuan praktis yang sering dipakai dalam penelitian berbasis PLS-SEM, sementara itu menurut metode *inverse square root* dan *gamma exponential* merekomendasikan jumlah sampel antara 146 hingga 160 responden [14], [15], [16]. Mengingat penelitian ini menggunakan total 20 indikator, maka batas minimal sampel yang diperlukan adalah 200 responden berdasarkan aturan *10-time rule*.

Sebagai langkah preventif untuk mengantisipasi adanya data yang tidak lengkap serta untuk meningkatkan kekuatan statistik (*statistical power*) dan stabilitas estimasi model PLS-SEM, peneliti menetapkan target sampel sebanyak 300 responden. Jumlah ini dianggap sangat mencukupi karena telah melampaui ambang batas minimal yang disyaratkan, sehingga hasil penelitian dapat merepresentasikan pengguna Maxride di Kota Makassar secara lebih akurat.

Teknik Pengumpulan dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan survei untuk pengumpulan data utama. Instrumen yang digunakan adalah kuisioner dalam format digital yang dilaksanakan secara daring melalui *platform* media sosial. Skala pengukuran yang diterapkan dalam instrumen ini adalah Skala Likert 1 hingga 5 dimana poin 1 menyatakan sangat tidak setuju, dan poin 5 menyatakan sangat setuju [17].

Riset ini ditopang oleh dua jenis sumber data utama, yaitu data primer dan sekunder. Akuisisi data primer berasal dari respons yang diisi secara langsung oleh subjek penelitian pada kuisioner digital yang disebar. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan melalui kajian pustaka (*literature review*) dari berbagai sumber ilmiah dan referensi terkait yang mendukung analisis.

Teknik Analisis

Teknik Model Persamaan Struktural (PLS-SEM) digunakan dalam penelitian ini. Adapun metode ini dibantu dengan *software* SmartPLS. Metode ini digunakan karena

memiliki kemampuan dalam mengolah model yang kompleks serta dapat menangani variabel laten dengan indikator ganda. PLS-SEM juga dapat mengakomodasi variabel laten yang diukur melalui indikator-indikator manifest dan digunakan secara luas dalam pengujian model teori perilaku, termasuk model TAM [14].

Analisis dilakukan melalui dua tahap utama yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*), dengan rincian sebagai berikut:

a. Evaluasi model pengukuran (*outer model*)

Pada tahap evaluasi *outer model*, peneliti menguji validitas dan reliabilitas konstruk dengan memperhatikan beberapa kriteria berikut:

1. Nilai *Outer Loading* dan *Average Variance Extracted (AVE)* untuk validitas konvergen. Nilai $AVE \geq 0,50$ dan *outer loading* $> 0,7$ menandakan indikator valid.
2. *Fornell-Larcker Criterion* dan *cross loading* untuk validitas diskriminan
3. Serta *Composite Reliability (CR)* dan Cronbach's Alpha untuk reliabilitas internal. Nilai $CR \geq 0,70$ menunjukkan konstruk memenuhi syarat valid dan reliabel.

b. Evaluasi model struktural (*inner model*)
Tahap ini dilakukan untuk mengukur hubungan struktural antar variabel laten melalui beberapa penilaian:

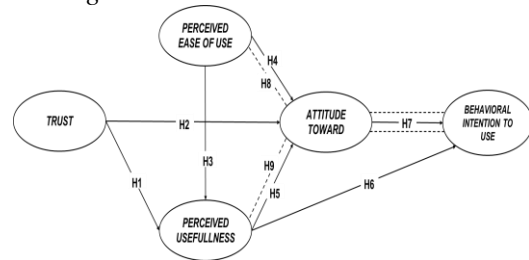
1. *R-square (R2)* untuk mengukur kekuatan prediksi variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Nilai *Q-square (Q2)* untuk mengukur relevansi prediktif model.
3. Uji signifikansi jalur (*path coefficient*) yang dilakukan melalui prosedur bootstrapping untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel signifikan secara statistik.
4. Pengujian hipotesis, mengacu pada nilai *t-statistic* $\geq 1,96$ dan *p-value* $\leq 0,05$ yang menunjukkan hubungan signifikan pada tingkat kepercayaan 95% [14].

Adapun langkah-langkah teknis dalam pengolahan data menggunakan SmartPLS meliputi:

- a. Merancang model penelitian
- b. Evaluasi model struktural
- c. Evaluasi model pengukuran
- d. Mengevaluasi model dengan *Goodness of Fit*
- e. Menguji hipotesis berdasarkan hasil *bootstrapping*

Hasil dan Pembahasan

Kerangka



Gambar 2. Model penelitian

Berdasarkan model penelitian tersebut, penelitian ini berfokus menguji sembilan hipotesis yang berlandaskan Model Penerimaan Teknologi (TAM). Dalam model ini, Sikap Terhadap Penggunaan (ATU) dan Persepsi Manfaat (PU) diposisikan sebagai variabel mediasi krusial yang menjembatani pengaruh variabel lainnya terhadap niat perilaku. Kepercayaan mendorong efek positif yang penting terhadap persepsi manfaat dan sikap [18], [19]. Selanjutnya, kemudahan diyakini mempunyai dampak yang positif juga signifikan pada manfaat maupun sikap yang dirasakan oleh pengguna [20] [21], serta secara tidak langsung meningkatkan niat menggunakan melalui sikap [22]. Manfaat sendiri terbukti berpengaruh signifikan terhadap sikap [5] maupun niat menggunakan [23], bahkan melalui mediasi sikap [22]. Selain itu, sikap terbukti memperkuat niat penggunaan aplikasi [5]. Dengan demikian *trust*, PEOU, dan PU memegang peranan penting dalam membentuk sikap positif si pengguna, yang akhirnya akan memiliki dampak terhadap meningkatnya niat pengguna untuk menggunakan layanan transportasi seperti Maxride. Sehingga didapatkan beberapa hipotesis berikut.

- H1 : Tingkat kepercayaan pengguna diyakini berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap persepsi mereka mengenai manfaat
- H2 : Kepercayaan pengguna secara signifikan dan positif membentuk sikap mereka terhadap penggunaan layanan
- H3 : Persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak positif dan signifikan pada persepsi manfaat yang dirasakan
- H4 : Sikap pengguna dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh persepsi kemudahan penggunaan
- H5 : Persepsi manfaat yang dirasakan mempengaruhi sikap pengguna secara signifikan dan positif
- H6 : Persepsi manfaat merupakan prediktor signifikan yang berpengaruh positif terhadap niat menggunakan layanan
- H7 : Sikap positif pengguna terhadap layanan akan secara signifikan mendorong niat mereka untuk menggunakan
- H8 : Sikap pengguna memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara persepsi kemudahan dengan niat untuk menggunakan
- H9 : Sikap pengguna berperan signifikan sebagai perantara (mediator) dalam memfasilitasi pengaruh positif dari persepsi manfaat terhadap niat menggunakan

Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian ditujukan untuk melihat apakah suatu alat ukur atau instrumen penelitian yang dirancang benar-benar dapat digunakan untuk mengukur persepsi responden. Adapun pengujian instrumen pada penelitian ini melibatkan 40 responden dengan dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	R _{tabel}	R _{hitung}	Keterangan
Trust	0,312	0.845	Valid
		0.909	Valid
		0.846	Valid
		0.767	Valid
Perceived	0,312	0.710	Valid
		0.726	Valid

Variabel	R _{tabel}	R _{hitung}	Keterangan
ease of use		0.805	Valid
		0.859	Valid
Perceived usefulness	0,312	0.793	Valid
		0.838	Valid
		0.772	Valid
		0.762	Valid
Attitude Toward Using	0,312	0.740	Valid
		0.902	Valid
		0.862	Valid
		0.792	Valid
Behavioral intention to use	0,312	0.877	Valid
		0.718	Valid
		0.898	Valid
		0.920	Valid

Tabel 3. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Trust	0.863	Sangat Andal
Perceived ease of use	0.780	Andal
Perceived usefulness	0.794	Andal
Attitude Toward Using	0.844	Sangat Andal
Behavioral intention to use	0.878	Sangat Andal

Dari kedua tabel diatas menunjukkan nilai hasil uji validitas maupun uji reliabilitas memiliki kualitas yang baik, dikarenakan tergolong valid dan juga andal dikeduanya. Sehingga instrumen ini dapat digunakan ulang untuk mengukur sampel data yang lebih besar.

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini ialah individu yang telah menggunakan layanan dari Maxride sebagai sarana transportasi daring minimal satu kali. Adapun responden penelitian ini mempunyai beberapa karakteristik yang dikelompokkan berdasarkan beberapa aspek yaitu usia pengguna, jenis kelamin, serta frekuensi menggunakan layanan.

Tabel 4. Karakteristik Responden

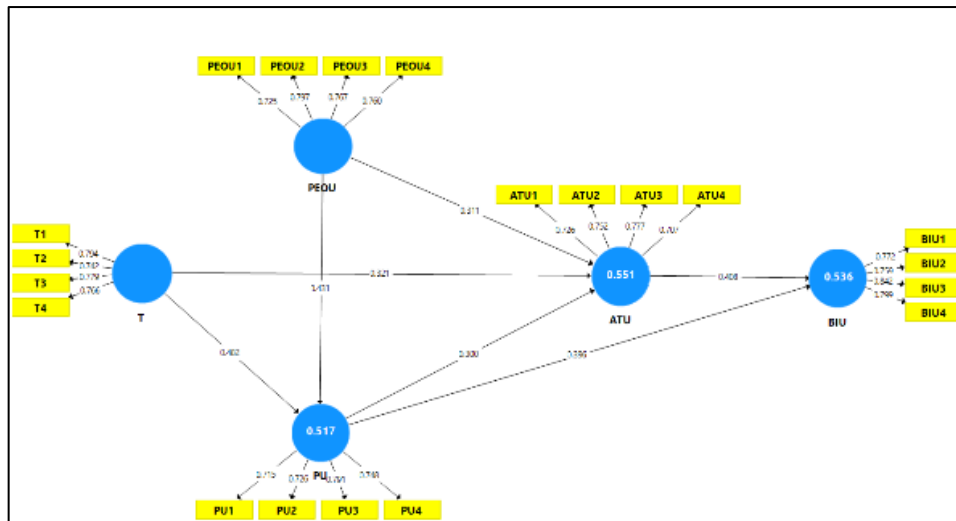
Karakteristik	Frekuensi	%
Usia		
17-19 tahun	2	0.7%
19-34 tahun	213	71%
35-49 tahun	84	28%

Karakteristik	Frekuensi	%
50-65 tahun	1	0.3%
Jenis Kelamin		
Laki - laki	141	47%
perempuan	159	53%
Frekuensi Menggunakan		
1 kali	52	17%
2 - 3 kali	147	49%
> 3 kali	101	34%

Perancangan Model PLS

Model *Partial Least Square* (PLS) ini menunjukkan hubungan antara *Trust* (T),

persepsi kemudahan (PEOU), persepsi manfaat (PU), sikap (ATU), dan niat menggunakan (BIU). Variabel Kepercayaan diukur dengan 4 indikator, PEOU dengan 4 indikator, PU dengan 4 indikator, ATU dengan 4 indikator, dan BIU dengan 4 indikator. Adapaun model penelitian (struktural dan pengukuran) yang dirancang melalui software Smart-PLS adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Model Struktural dan Pengukuran

Evaluasi Terhadap Model Pengukuran

Evaluasi model pengukuran mempunyai tujuan guna menguji validitas serta konsistensi dari indikator terhadap variabel latennya. Adapun evaluasi *outer model* memiliki beberapa tahapan, apabila seluruh tahapan telah terpenuhi, maka model dapat digunakan dalam tahap analisis berikutnya (14). Hasil dari evaluasi model pengukuran ialah berikut.

Tabel 5. Nilai Outer Loading

Variabel	Nilai Outer Loading
Kepercayaan	0.794
	0.742
	0.779
	0.766
Persepsi Kemudahan	0.725
	0.797
	0.767
	0.760
Persepsi manfaat	0.715
	0.726

Variabel	Nilai Outer Loading
Sikap pengguna	0.791
	0.748
	0.726
	0.752
Niat menggunakan	0.777
	0.707
	0.772
	0.759
	0.842
	0.799

Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat dilihat bahwa seluruh nilai *outer loading* dari 20 indikator dinyatakan valid dengan nilai diatas >0,7. Tahapan selanjutnya adalah meninjau bagaimana nilai dari AVE (*Average Variance Extracted*).

Tabel 6. Nilai Hasil AVE

Measurment Model	Variabel	Nilai AVE	Evaluasi Model
	T	0.594	Valid

Measurment Model	Variabel	Nilai AVE	Evaluasi Model
<i>Convergent Validity</i>	PEOU	0.582	Valid
	PU	0.556	Valid
	ATU	0.549	Valid
	BIU	0.630	Valid

Pengujian AVE menjelaskan seberapa baik tidaknya suatu indikator dapat menggambarkan konstruk latennya. Hasil dari pengujian AVE pada penelitian ini menunjukkan nilai keseluruhan diatas >0,5 sehingga nilai dari *convergent validity* dapat dianggap telah memenuhi syarat.

Tabel 7. Nilai HTMT

Variabel	ATU	BIU	PEOU	PU
ATU				
BIU	0.872			
PEOU	0.741	0.644		
PU	0.897	0.864	0.726	
T	0.756	0.592	0.308	0.775

Adapun Hasil dari pengujian nilai HTMT menunjukkan bahwa semua nilai HTMT tiap pasangan pada konstruk mempunyai nilai <0,9 sehingga dapat dinyatakan nilai *discriminant validity* mempunyai nilai yang baik. Selanjutnya dapat dilihat hasil dari uji reliabilitas. Adapun hasil dari reabilitas konstruks ialah berikut.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Konstruk

Variabel	C.R.	C.A.
T	0.854	0.772
PEOU	0.847	0.760
PU	0.833	0.773
ATU	0.829	0.725
BIU	0.872	0.803

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan konsistensi dan keandalan instrumen penelitian. Sebagaimana disajikan pada Tabel 7, seluruh konstruk yang digunakan dalam studi ini dinyatakan reliabel. Hal ini didasarkan pada temuan bahwa semua nilai *Composite Reliability* (C.R.) dan *Cronbach's Alpha* (C.A.) secara konsisten berada di atas ambang batas yang direkomendasikan, yaitu 0,70.

Evaluasi Terhadap Model Struktural

Evaluasi model struktural bertujuan memastikan bahwa suatu model memiliki ketepatan dalam menjelaskan keterkaitan

antar konstruk dan mampu memberikan gambaran yang sesuai dengan data yang dikumpulkan. Evaluasi model struktural dapat diketahui melalui beberapa indikator, yaitu koefisien determinasi pada variabel endogen, *predictive relevance* menggunakan *blindfolding*, dan *goodness of fit index* (GoF).

Tabel 9. R Square

Variabel	R Square
ATU	0.551
BIU	0.536
PU	0.517

Tabel 10. Q Square

Variabel	Q Square
ATU	0.294
BIU	0.330
PU	0.278

Hasil analisis menunjukkan bahwa model ini memiliki kapabilitas penjelas yang baik. Hal ini terlihat pada nilai *R-Square* untuk variabel sikap (0,551), niat menggunakan (0,536), dan persepsi manfaat (0,517) mengindikasikan bahwa masing-masing konstruk endogen dijelaskan secara cukup kuat oleh konstruk-konstruk eksogen dalam model. Nilai *Q-Square* masing-masing 0,294 pada sikap, 0,330 pada niat menggunakan, dan 0,278 pada persepsi manfaat menunjukkan bahwa model tersebut memiliki daya prediksi yang baik terhadap data observasi. Untuk menilai performa model secara keseluruhan, dihitung indeks *Goodness of Fit* (GoF). Indeks ini memberikan ukuran tunggal atas kualitas prediksi model secara global.

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{AVE} \times \overline{R^2}}$$

$$\text{GoF} = 0,557$$

Berdasarkan perhitungan, diperoleh nilai GoF yakni sebesar 0,557. Nilai ini tergolong dalam kategori kuat (kriteria GoF: >0,36), yang memperkuat kesesuaian dan ketepatan model secara keseluruhan. Dengan demikian, model penelitian berbasis model penerimaan teknologi (TAM) yang diperluas dengan penambahan variabel *trust* terbukti memiliki kelayakan struktural dan prediktif yang kuat dalam menjelaskan perilaku pengguna MaxRide.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilanjutkan apabila evaluasi model pengukuran dan struktural menunjukkan hasil yang memenuhi kriteria validitas serta reliabilitas, sehingga model penelitian dianggap layak untuk dianalisis lebih lanjut. Uji hipotesis bertujuan untuk membuktikan keterhubungan antar variabel dalam model serta menguji prediksi yang diajukan pada penelitian. Pada pengujian hipotesis banyak mempertimbangkan nilai *t-statistics* dan *p-value* dengan *bootstrapping* pada SMART-PLS.

Tabel 11. Pengaruh Langsung

Hipotesis	Originali Samplet	T Statistics	P Values
ATU -> BIU	0.408	6.154	0.000
PEOU -> ATU	0.311	5.896	0.000
PEOU -> PU	0.431	9.588	0.000
PU -> ATU	0.3	5.306	0.000
PU -> BIU	0.396	5.567	0.000
T -> ATU	0.321	9.197	0.000
T -> PU	0.482	6.154	0.000

Hasil uji *bootstrapping* menunjukkan bahwa seluruh hubungan langsung dalam model penelitian ini memiliki pengaruh positif dan signifikan, ditandai dengan nilai *p-value* di bawah 0,05 dan *t-statistic* di atas 1,96. Secara spesifik, variabel *Trust* terbukti menjadi prediktor kuat bagi *Perceived Usefulness* (PU) dan *Attitude Toward Using* (ATU), yang mengindikasikan bahwa kepercayaan pengguna secara linear meningkatkan persepsi manfaat dan sikap terhadap aplikasi. Sejalan dengan itu, *Perceived Ease of Use* (PEOU) juga memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk PU dan ATU, mempertegas bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor krusial dalam memicu respon positif pengguna. Lebih lanjut, *Perceived Usefulness* ditemukan berpengaruh signifikan terhadap ATU serta *Behavioral Intention to Use* (BIU), sementara ATU sendiri menjadi pendorong utama bagi niat perilaku pengguna. Temuan ini secara empiris memvalidasi seluruh hipotesis penelitian dan mengonfirmasi bahwa seluruh

jalur hubungan antar variabel dalam model ini dinyatakan valid.

Tabel 12. Pengaruh Tidak Langsung

Hipotesis	Originali Samplet	T Statistics	P Values
PEOU -> ATU	0.129	4.45	0.000
PEOU -> BIU	0.351	8.594	0.000
PU -> BIU	0.122	3.715	0.000
T -> ATU	0.145	4.988	0.000
T -> BIU	0.381	10.455	0.000

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung melalui metode *bootstrapping* menunjukkan bahwa seluruh jalur mediasi dalam model ini memiliki korelasi yang positif dan signifikan. Temuan ini mengonfirmasi peran krusial variabel mediator dalam memperkuat hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Secara detail, *Perceived Ease of Use* (PEOU) terbukti memengaruhi *Attitude Toward Using* (ATU) melalui mediasi *Perceived Usefulness* (PU), serta berdampak pada *Behavioral Intention to Use* (BIU) melalui peran ATU. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi akan meningkatkan niat adopsi jika disertai dengan sikap positif dan persepsi manfaat yang tinggi. Selain itu, PU juga memiliki pengaruh tidak langsung terhadap BIU melalui mediasi ATU. Sementara itu, variabel *Trust* menunjukkan pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap ATU melalui PU, dengan dampak mediasi terbesar ditemukan pada hubungan antara *Trust* terhadap BIU melalui ATU. Secara keseluruhan, hasil ini membuktikan bahwa variabel mediator berfungsi secara efektif dalam menjembatani dan memperkuat pengaruh antar variabel laten dalam penelitian ini.

Tabel 13. Pengaruh total

Hipotesis	Originali Samplet	T Statistics	P Values
ATU -> BIU	0.408	6.154	0.000
PEOU -> ATU	0.441	8.915	0.000
PEOU -> BIU	0.351	8.594	0.000

PEOU -> PU	0.431	9.588	0.000
PU -> ATU	0.3	5.306	0.000
PU -> BIU	0.519	9.197	0.000
T -> ATU	0.465	10.6	0.000
T -> BIU	0.381	10.455	0.000
T -> PU	0.482	9.975	0.000

Berdasarkan hasil analisis *total effect* pada Tabel 12, seluruh jalur hubungan antarvariabel dalam model penelitian ini terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai *p-value* 0,000 dan *t-statistic* yang melampaui ambang batas 1,96. Temuan ini menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* (PU) menjadi faktor pendorong paling kuat terhadap niat perilaku pengguna (*Behavioral Intention to Use/BIU*) dengan koefisien 0,519, diikuti oleh kontribusi signifikan dari variabel *Trust* dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) yang secara total memperkuat sikap serta niat penggunaan aplikasi. Kepercayaan pengguna terbukti menjadi fondasi utama dalam memengaruhi BIU dan *Attitude Toward Using* (ATU), sementara kemudahan operasional sistem secara konsisten meningkatkan persepsi manfaat dan respons positif responden. Secara komprehensif, hasil ini memvalidasi bahwa integrasi seluruh variabel independen, baik melalui jalur langsung maupun tidak langsung, memberikan kontribusi nyata dalam menjelaskan perilaku niat penggunaan aplikasi oleh responden sehingga seluruh hipotesis penelitian dinyatakan terdukung secara empiris.

Tabel 14. Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Original Sample	T Statistics	P Values
H1	0.482	9.975	0.000
H2	0.321	7.054	0.000
H3	0.431	9.588	0.000
H4	0.311	5.896	0.000
H5	0.3	5.306	0.000
H6	0.396	5.567	0.000
H7	0.408	6.154	0.000
H8	0.351	8.594	0.000
H9	0.122	3.715	0.000

Analisis data menunjukkan bahwa kesembilan hipotesis diterima, dengan semua jalur pengaruh terbukti positif dan signifikan ($p < 0,05$). Hasil hipotesis penelitian ini

memperkuat kerangka model penerimaan teknologi (TAM) dengan menegaskan peran kepercayaan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, sikap, dan niat menggunakan. Pertama, kepercayaan terbukti berpengaruh positif terhadap manfaat dan sikap, di mana kepercayaan pengguna terhadap keamanan dan reliabilitas aplikasi Maxride dapat meningkatkan persepsi manfaat serta membentuk sikap positif dalam penggunaannya [14], [15]. Kedua, kemudahan juga berpengaruh signifikan terhadap manfaat dan sikap; yang mana semakin tinggi tingkat kemudahan layanan yang digunakan, maka semakin tinggi persepsi manfaat dan semakin positif sikap yang terbentuk terhadap layanan [16], [17]. Selanjutnya, persepsi manfaat berperan penting sebagai prediktor dalam membentuk sikap dan niat menggunakan. Ketika pengguna merasa aplikasi bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan transportasi mereka, maka sikap positif akan muncul dan intensi untuk mengadopsi layanan tersebut akan menguat [5], [19]. Dengan kata lain, riset ini mengonfirmasi bahwa konstruk kepercayaan, persepsi kemudahan, serta persepsi manfaat adalah elemen-elemen fundamental yang secara sinergis membentuk sikap dan mendorong niat konsumen dalam menggunakan jasa transportasi Maxride.

Simpulan

Studi ini mengonfirmasi bahwa konstruk kepercayaan merupakan determinan positif yang signifikan bagi persepsi manfaat dan sikap pengguna. Selanjutnya, kemudahan terbukti berpengaruh positif terhadap manfaat, sikap, serta secara tidak langsung terhadap niat menggunakan melalui sikap pengguna. Manfaat juga mempunyai pengaruh positif terhadap sikap dan niat menggunakan, baik secara langsung maupun melalui sikap sebagai mediator. Selain itu, sikap berperan penting dengan memberikan pengaruh positif terhadap niat. Temuan ini menyatakan bahwa elemen kepercayaan, ditambah dengan persepsi kegunaan dan kemudahan, secara kolektif memainkan peran krusial dalam membangun sikap pengguna, yang pada akhirnya meningkatkan niat untuk menggunakan aplikasi Maxride.

Daftar Pustaka

- [1] J. Assafar, Sakaria, and Ria Renita Abbas, "Dampak Perubahan Moda Transportasi Terhadap Eksistensi Ojek Konvensional Di Era Digital," *Journal Publicuho*, vol. 8, no. 4, pp. 2969–2978, Dec. 2025, doi: 10.35817/publicuho.v8i4.1052.
- [2] Z. Zainuddin, "Studi Kualitatif tentang Persepsi dan Pengalaman Pengguna terhadap Teknologi Jasa Transportasi Online," *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, vol. 4, no. 3, pp. 7524–7528, Oct. 2025, doi: 10.31004/riggs.v4i3.3094.
- [3] V. Ramadhani and A. K. F. Yunus, "Determinan Penghasilan Becak Motor sebagai Transportasi Konvensional Perkotaan," *Jurnal Ekonomika dan Dinamika Sosial*, 2025.
- [4] F. D. Davis, "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology," *MIS Q*, vol. 13, no. 3, pp. 319–339, 1989, doi: 10.2307/249008.
- [5] S. R. Natasia, Y. T. Wiranti, and A. Parastika, "Acceptance analysis of NUADU as e-learning platform using the Technology Acceptance Model (TAM) approach," *Procedia Comput Sci*, vol. 197, pp. 512–520, 2022, doi: 10.1016/j.procs.2021.12.168.
- [6] A. T. To and T. H. M. Trinh, "Understanding behavioral intention to use mobile wallets in vietnam: Extending the tam model with trust and enjoyment," *Cogent Business & Management*, vol. 8, no. 1, Jan. 2021, doi: 10.1080/23311975.2021.1891661.
- [7] V. Chauhan, R. Yadav, and V. Choudhary, "Analyzing the impact of consumer innovativeness and perceived risk in internet banking adoption," *International Journal of Bank Marketing*, vol. 37, no. 1, pp. 323–339, Feb. 2019, doi: 10.1108/IJBM-02-2018-0028.
- [8] O. T. Nguyen, "Factors Affecting the Intention to Use Digital Banking in Vietnam," *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, vol. 7, no. 3, pp. 303–310, Mar. 2020, doi: 10.13106/jafeb.2020.vol7.no3.303.
- [9] A. Ferreira, G. M. Silva, and Á. L. Dias, "Determinants of continuance intention to use mobile self-scanning applications in retail," *International Journal of Quality & Reliability Management*, vol. 40, no. 2, pp. 455–477, Jan. 2023, doi: 10.1108/IJQRM-02-2021-0032.
- [10] R. Scherer, F. Siddiq, and J. Tondeur, "The technology acceptance model (TAM): A meta-analytic structural equation modeling approach to explaining teachers' adoption of digital technology in education," *Comput Educ*, vol. 128, pp. 13–35, Jan. 2019, doi: 10.1016/j.compedu.2018.09.009.
- [11] S. W. Lee, H. J. Sung, and H. M. Jeon, "Determinants of Continuous Intention on Food Delivery Apps: Extending UTAUT2 with Information Quality," *Sustainability*, vol. 11, no. 11, p. 3141, Jun. 2019, doi: 10.3390/su11113141.
- [12] C. Hong, H. (Hailey) Choi, E.-K. (Cindy) Choi, and H.-W. (David) Joung, "Factors affecting customer intention to use online food delivery services before and during the COVID-19 pandemic," *Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol. 48, pp. 509–518, Sep. 2021, doi: 10.1016/j.jhtm.2021.08.012.
- [13] Y. Zhao and F. Bacao, "What factors determining customer continuingly using food delivery apps during 2019 novel coronavirus pandemic period?," *Int J Hosp Manag*, vol. 91, p. 102683, Oct. 2020, doi: 10.1016/j.ijhm.2020.102683.
- [14] J. Hair and A. Alamer, "Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example," *Research Methods in Applied Linguistics*, vol. 1, no. 3, p. 100027, Dec. 2022, doi: 10.1016/j.rmal.2022.100027.
- [15] H. M. S. Priyanath, R. RVSPK, and M. RGN, "Methods and Rule-of-Thumbs in The Determination of Minimum Sample Size When Applying Structural Equation Modelling: A Review," *JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE RESEARCH*, vol. 15, pp. 102–107,

- Mar. 2020, doi: 10.24297/jssr.v15i.8670.
- [16] N. Kock and P. Hadaya, "Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods," *Information Systems Journal*, vol. 28, no. 1, pp. 227–261, Jan. 2018, doi: 10.1111/isj.12131.
- [17] M. Koo and S.-W. Yang, "Likert-Type Scale," *Encyclopedia*, vol. 5, no. 1, p. 18, Feb. 2025, doi: 10.3390/encyclopedia5010018.
- [18] M. Islam, M. Zhang, A. P. K. Kwok, H. Zeng, and Y. Li, "The Roles of Trust and Its Antecedent Variables in Healthcare Consumers' Acceptance of Online Medical Consultation during the COVID-19 Pandemic in China," *Healthcare*, vol. 11, no. 9, p. 1232, Apr. 2023, doi: 10.3390/healthcare11091232.
- [19] M. Akbari, N. S. Amiri, M. Á. Zúñiga, H. Padash, and H. Shakiba, "Evidence for Acceptance of Ride-Hailing Services in Iran," *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*, vol. 2674, no. 11, pp. 289–303, Nov. 2020, doi: 10.1177/0361198120942224.
- [20] E. C. Ling, I. Tussyadiah, A. Tuomi, J. Stienmetz, and A. Ioannou, "Factors influencing users' adoption and use of conversational agents: A systematic review," *Psychol Mark*, vol. 38, no. 7, pp. 1031–1051, Jul. 2021, doi: 10.1002/mar.21491.
- [21] D. Q. Nguyen-Phuoc, T. M. Truong, M. H. Nguyen, H.-G. Pham, Z.-C. Li, and O. Oviedo-Trespalacios, "What factors influence the intention to use electric motorcycles in motorcycle-dominated countries? An empirical study in Vietnam," *Transp Policy (Oxf)*, vol. 146, pp. 193–204, Feb. 2024, doi: 10.1016/j.tranpol.2023.11.013.
- [22] Y. Xiong, Y. Shi, Q. Pu, and N. Liu, "More trust or more risk? User acceptance of artificial intelligence virtual assistant," *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, vol. 34, no. 3, pp. 190–205, May 2024, doi: 10.1002/hfm.21020.
- [23] K. Yang, J.-G. Choi, and J. Chung, "Extending the Technology Acceptance Model (TAM) to Explore Customer's Behavioral Intention to Use Self-Service Technologies (SSTs) in Chinese Budget Hotels," *GLOBAL BUSINESS FINANCE REVIEW*, vol. 26, no. 1, pp. 79–94, Mar. 2021, doi: 10.17549/gbfr.2021.26.1.79.